

ICF SOBE 0,7% EM RELAÇÃO A FEVEREIRO DE 2010

O consumo das famílias brasileiras iniciou 2011 ainda aquecido. Assim como na pesquisa de janeiro, a satisfação com o consumo atual (+2,9% em relação a fevereiro de 2010) foi o principal responsável pela alta de 0,7% apurada pelo Índice de Intenção de Consumo das Famílias. A persistente expansão do consumo baseia-se, essencialmente, no momento favorável do mercado de trabalho, onde ainda se verificam taxas de crescimento robustas tanto do emprego, quanto da renda.

Não por acaso, os indicadores do ICF relativos ao mercado de trabalho auferiram altas significativas na mesma base comparativa, a saber: Emprego atual (+2,4%); perspectiva profissional (+1,3%) e renda atual (+0,6%). Em contrapartida, as medidas adotadas pelo Banco Central para tentar conter a alta da inflação parecem ter sido percebidas pelos consumidores através do encarecimento do crédito às pessoas físicas. Conseqüentemente, a alta de 4,6% em janeiro no subitem relativo às compras a prazo se reverteu em uma queda de 0,4% em fevereiro, taxa idêntica à verificada na intenção de compra de bens duráveis, itens normalmente adquiridos através de financiamentos.

Na comparação mensal à exceção da perspectiva profissional (+3,2%) e do momento para aquisição de bens duráveis (+10,5%), registraram-se quedas que variaram de 1,7% (emprego atual) a 6,8% (perspectiva de consumo). Há que se ressaltar, entretanto, a presença do componente sazonal, normalmente desfavorável às variáveis de consumo nos primeiros meses do ano.

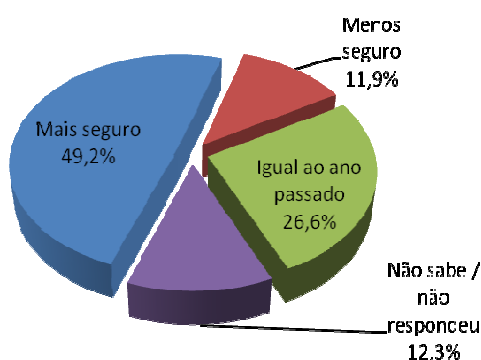
Em termos regionais, destaque para as altas anuais de 1,8% e 4,8% nas regiões Sudeste e Centro-Oeste, respectivamente. Contudo, os maiores índices ainda são observados nas regiões Nordeste (140,3 pontos) e Norte (137,0). No corte por faixa de renda, as avaliações das famílias mais ricas e mais pobres evoluíram em ritmo semelhante (+0,7% e +0,5%, respectivamente).

INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS

Indicador	fev/11	Varição Mensal	Varição Anual
Emprego Atual	137,2	-1,7%	+2,4%
Perspectiva Profissional	136,6	+3,2%	+1,3%
Renda Atual	144,6	-4,4%	+0,6%
Compra a Prazo	145,6	-4,1%	-0,4%
Nível de Consumo Atual	104,9	-9,5%	+2,9%
Perspectiva de Consumo	138,2	-6,8%	-0,6%
Momento para Duráveis	150,1	+10,5%	-0,4%
ICF	136,7	-1,8%	+0,7%

Aos 136,7 pontos o ICF encontra-se confortavelmente acima do ponto de indiferença (100,0). Ainda que a perspectiva de consumo no curto prazo tenha recuado 0,6% em fevereiro, no bimestre verifica-se alta de 3,3%, o que reforça a percepção de uma expansão mais moderada do consumo nos próximos meses.

Emprego Atual:

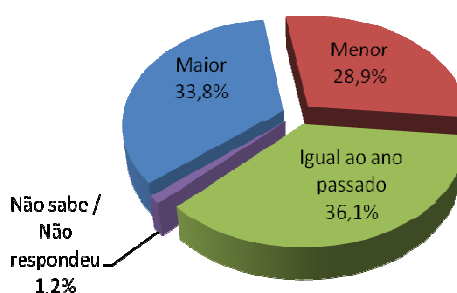


Para 49,2% das famílias pesquisadas a satisfação com o emprego atual é maior que em fevereiro de 2010. Aos 137,2 pontos, a alta de 2,4% deste indicador foi puxada pela melhor avaliação das famílias com renda superior a 10 salários mínimos (+3,0%). Entre os mais pobres houve avanço de 2,2%. Este item do ICF é o que apresenta a maior diferença de patamar de satisfação entre ricos e pobres (14,1 pontos).

Na comparação anual, o destaque regional foi o Nordeste, com alta de 7,3%. Dentre os trabalhadores com renda de até dez salários mínimos, esta região acusou, ao longo de 2010 a maior taxa de expansão de emprego formal (+7,8% contra +6,8% da média nacional). Da mesma forma, através da pesquisa mensal de emprego (PME) do IBGE, nota-se que a ocupação nas regiões metropolitanas do nordeste foi a que apresentou as taxas mais elevadas no ano passado (+5,3% em Recife e +5,2% em Salvador). São Paulo, Rio, Belo Horizonte e Porto Alegre apresentaram taxas que variaram de +0,5% a +5,0%.

Consumo Atual:

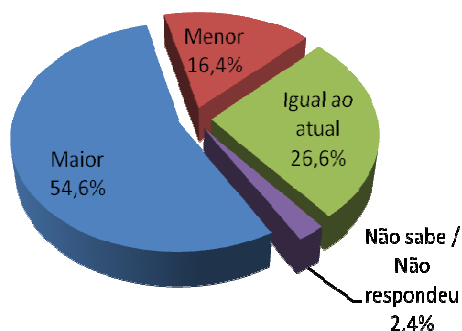
Assim como no mês anterior, a satisfação com o consumo atual foi o subitem do ICF que apresentou o maior crescimento (+2,9%), principalmente em decorrência da avaliação das famílias com renda de até dez salários mínimos (+3,0%). Para os demais entrevistados houve avanço de 2,1%.



As regiões que mais se destacaram na variação anual, Norte com +2,7% e Centro-Oeste com +5,9%, são exatamente as mesmas que impulsionaram a alta recorde do varejo em 2010 (+10,9%) crescendo 16,7% e 12,6%, respectivamente. No Centro-Oeste o consumo baseia-se, tanto na ampliação da remuneração das famílias com renda superior a dez mínimos (+17,0% contra +13,5% da média brasileira), como na evolução recente do emprego destas famílias (alta de 2,9% ante -1,1% da média do país).

No decorrer do ano, a tendência é de que a satisfação com o consumo atual apresente taxas mais moderadas. A esperada redução no ritmo de atividade econômica deverá se refletir no crescimento menos expressivo da massa de rendimentos, movimento já observado desde novembro último. Assumindo-se uma alta de 3,9% nestes recursos e um avanço de 6,6% no crédito ao consumidor no corrente ano, o varejo deverá encerrar 2011 crescendo 7,8%, segundo projeção da CNC.

Perspectiva de Consumo:



As quedas na perspectiva de consumo nos últimos dois meses refletem, em parte, a retração sazonal na aquisição de bens e serviços que normalmente ocorre após o mês de dezembro. Na comparação anual, entretanto, o recuo de 0,6% pode ser o primeiro indício de um ano com consumo menos aquecido que o anterior.

Em 2010 as vendas do comércio varejista brasileiro apresentaram o maior crescimento real da década, segundo a pesquisa mensal de comércio (PMC) do IBGE. Além da conjuntura favorável do mercado de trabalho, o crédito farto e as pressões inflacionárias levaram a autoridade monetária a adotar medidas “macro prudenciais” para conter a expansão na concessão de recursos às pessoas físicas. Embora os prazos para quitação de empréstimos e financiamentos ainda apresentem dilatação, as taxas de juros ao consumidor parecem ter estacionado ao redor dos 40,0% ao ano após sucessivas quedas.

Em relação a fevereiro de 2010, a perspectiva de consumo acusou quedas expressivas no Sudeste (-3,1%) e Nordeste (-3,8%), regiões responsáveis por mais de 70% da pesquisa. Ambos os estratos de renda apontaram intenção de compra menor no curto prazo (-0,5% para as famílias mais pobres e -1,0% para as demais). A deterioração do cenário favorável de crédito se refletiu, também nas percepções do momento atual para compras a prazo e para aquisição de bens duráveis (-0,4% nos dois casos).

Conclusões sobre o comportamento do ICF

- Todos os componentes do ICF acima do ponto de indiferença (100,0).
- Destaques Positivos: Emprego Atual (+2,4%); Perspectiva Profissional (+1,3%); e Consumo Atual (+2,9%).
- Perspectiva sinalizando consumo menos acelerado em 2011.
- Medidas “macro prudenciais” impactaram o crédito e a perspectiva de consumo.
- Centro-Oeste e Sudeste responderam por 62% da alta do ICF

Sobre a Intenção de Consumo das Famílias:

A Pesquisa Nacional de Intenção de Consumo das Famílias (ICF-Nacional) é um indicador antecedente que tem como objetivo antecipar o potencial das vendas do comércio. O indicador tem capacidade de medir, com alta precisão, a avaliação que os consumidores fazem sobre aspectos importantes da condição de vida de sua família, tais como a sua capacidade de consumo, atual e de curto prazo, nível de renda doméstico, condições de crédito, segurança no emprego e qualidade de consumo, presente e futuro.

Os resultados do ICF podem ser avaliados sob dois ângulos. O primeiro é o da magnitude do grau de satisfação e insatisfação dos consumidores, por meio de sua dimensão, já que o índice abaixo de 100 pontos indica uma percepção de insatisfação, enquanto acima de 100 (com limite de 200 pontos) indica o grau de satisfação em termos de seu emprego, renda e capacidade de consumo. O segundo ângulo é o da tendência desse grau de satisfação e insatisfação, por meio das variações mensais do ICF total.

O ICF é composto por sete itens. Quatro deles – emprego atual, renda atual, compra a prazo e nível de consumo atual - comparam a expectativa do consumidor em relação a igual período do ano passado. Os demais itens referem-se a perspectivas de melhoria profissional para os próximos seis meses, expectativas de consumo para os próximos três meses e avaliação do momento atual quanto à aquisição de bens duráveis.

Para o comércio, o ICF cumpre um papel altamente relevante ao fundir a percepção pessoal e familiar capturando informações em todas as unidades da Federação. As informações são obtidas a partir de 18.000 questionários analisados mensalmente. Outro fator que destaca o ICF frente a outros indicadores antecedentes baseados na percepção do consumidor é o seu caráter de curto prazo. As avaliações do consumidor em relação ao futuro são tomadas em um horizonte que varia de três a seis meses. Outra característica deste indicador consiste na fusão da percepção pessoal e familiar.